

УДК 504.75

Студ. И.В. Долгополова
Рук. Е.Н. Щепеткин
УГЛТУ, Екатеринбург

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Всеобщее управление качеством — это система управления, основанная на производстве качественных, с точки зрения заказчика, продукции и услуг. TQM определяется как сосредоточенный на качестве, сфокусированный на заказчике, основывающийся на фактах, управляемый командный процесс. TQM направлен на планомерное достижение стратегической цели организации через непрерывное улучшение работы. Принципы TQM также известны как «всеобщее улучшение качества», «качество мирового уровня», «непрерывное улучшение качества», «всеобщее качество услуг» и «всеобщее качество управления».

Слово «всеобщее» в понятии «Всеобщее управление качеством» означает, что в данный процесс должен вовлекаться каждый сотрудник организации, слово «качество» означает заботу об удовлетворении потребностей клиента, и слово «управление» относится к сотрудникам и процессам, необходимым для достижения определенного уровня качества.

Всеобщее управление качеством — это не программа, это систематический, интегрированный и организованный стиль работы, направленный на непрерывное ее улучшение. Это не управленческая прихоть, это проверенный временем стиль управления, успешно десятилетиями используемый компаниями по всему миру.

Основная суть Total Quality Management заключается в том, что ключевым понятием в бизнесе является качество работ, направленное на наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов. И этим качеством необходимо управлять. Естественно, что за такой простой сутью скрывается кропотливая работа как по созданию системы, способной эффективно управлять качеством, так и по созданию условий, при которых это самое качество будет поставлено во главу производственного процесса.

Современная концепция управления качеством берет свои истоки в работах В. Шехарта (Walter Shewhart), который ввел понятие цикла непрерывных технологических изменений на основании статистического контроля качества. Это был знаменитый цикл PDCA (Plan–Do–Check–Act: Планировать–Выполнять–Контролировать–Действовать), известный также как «цикл Шехарта». Впервые цикл был применен в лабораториях Белла (США) в 30-х годах.

Суть данного цикла сводится к следующим положениям.

Планируйте улучшение ваших операций при обнаружении ошибок в их выполнении и находите идеи для решения этих проблем.

Выполните разработанные улучшения для решения проблемы на небольшом участке работ. Это сократит возможные нарушения в обычной деятельности на этапе решения вопроса, работают ваши предложения или нет.

Проконтролируйте, достигли ли тестовые изменения желаемого результата или нет. Также непрерывно контролируйте предлагаемые ключевые мероприятия (независимо от любого продолжения эксперимента), чтобы гарантировать, что вы в любой момент времени знаете требуемое на выходе качество и можете определить вновь возникающие проблемы.

Действуйте с целью внедрения изменений в больших масштабах, если ваш эксперимент имеет успех. Такие средства делают изменения обычной частью вашей деятельности. Также действуйте, чтобы вовлечь другие лица (другие отделы, поставщиков, клиентов), чье сотрудничество требуется вам при внедрении изменений или которые просто могут извлечь полезный опыт из вашей деятельности в процесс внедрения изменений.

Бурное развитие теории управления качеством пришлось на конец 40-х–50-е годы. В это время А. Фидженбаум (Armand V. Feigenbaum) ввел понятие Всеобщего Контроля Качества (Total Quality Control), состоящего из этапов разработки качества, поддержки качества и улучшения качества, а также понятие Стоимости Качества.

В.Э. Деминг (W. Edwards Deming) расширил область применения цикла Шехарта и статистических методологий управления производством на сферу продаж и оказания услуг. В это время им были сформулированы знаменитые «Четырнадцать принципов» управления качеством.

УДК 338.5

Студ. С.А. Каминская
Рук. Л.Ю. Помыткина
УГЛТУ, Екатеринбург

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ С ПОЗИЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ

Установление цены – вопрос очень щепетильный для продавца и производителя, так как именно от цены зависят их доход и прибыль. В ситуации совершенной конкуренции продавец, являясь ценополучателем, устанавливает цену, сформировавшуюся в результате равновесия цены спроса и цены предложения. В этом случае цена на один и тот же товар будет варьировать в небольшом диапазоне, размер которого может зависеть от таких факторов, как сезонность, марка товара или продавца, логистика, ме-